

Per un tractament mediàtic inclusiu de l'islam

Amparo Huertas, José Luis Terrón i Maria Luna



9 788494 537899 >

ISBN: 978-84-945378-9-9



Se'n permet la reproducció, la distribució i la comunicació pública sempre que se'n citi la procedència (autoria, títol, òrgan editor) i que no es faci amb finalitats comercials. No es permet la creació d'obres derivades sense autorització expressa dels autors i de l'editor.

Edició electrònica: juliol de 2017

Projecte:

Religió i consum mediàtic a contextos post-migratoris, la mirada de les dones musulmanes procedents del Magrib a Catalunya (RELIG 2015 00016)

Finançament:

Direcció General d'Afers Religiosos (Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge - Generalitat de Catalunya) i Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca (AGAUR)

Responsable:

Amparo Huertas Bailén, Directora de l'InCom-UAB i Responsable de l'OCC InCom-UAB

RESUM

Aquest projecte aprofundeix sobre la influència de la religió als processos d'hibridació cultural lligats a una experiència migratòria a partir de l'estudi del consum cultural. El treball de camp s'ha centrat en l'anàlisi de les dones musulmanes procedents del Nord d'Àfrica amb més de 5 anys de residència a Catalunya. La mostra final ha estat formada per dones d'origen marroquí (22), de Tunísia (2) i d'Algèria (1). S'ha aplicat l'entrevista en profunditat (estudi qualitatiu). El treball tracta la interseccionalitat entre gènere-creença religiosa-país d'origen (dona-musulmana-magribina) a un context post-migratori com es el català, fixant la mirada en el consum de televisió, ràdio, premsa, cinema i internet, i en l'ús de les Tecnologies de la Comunicació (TIC) amb relació a la comunicació interpersonal. Les principals conclusions són: (a) La influència de la cultura musulmana és molt més evident que la de la religió com a dogma; (b) La mostra reflecteix molta llibertat a l'hora de definir la seva dieta mediàtica, en gram mesura gràcies a la incorporació de l'ordenador i del mòbil; (c) Internet ha esdevingut la principal font d'informació religiosa, amb una presència destacada de contingut elaborat per persones que s' autodenominen expertes i que moltes vegades responen a un perfil fonamentalista; d) La influència de la cultura musulmana a la dieta mediàtica ha quedat palesa amb la incomoditat de veure escenes de sexe, sobretot davant la presència del pare; e) El seguiment de pràctiques religioses com a motiu de consum mediàtic només és visible en relació amb les apps específiques; f) La mostra considera que els mitjans donen una imatge negativa del col·lectiu musulmà; g) Les usuàries de les xarxes sociodigitals tendeixen a mostrar la seva creença religiosa; h) Davant comentaris racistes i xenòfobs a Internet, la resposta habitual és el menyspreu.

Per un tractament mediàtic inclusiu de l'islam

Introducció

Tenir accés a un contingut de qualitat en relació a l'islam que defugui de l'estigmatització, i molt especialment al voltant de les comunitats musulmanes d'origen migrant, és molt important. Els mitjans de comunicació no només s'han de fer responsables de la difusió d'una informació que permeti a la ciutadania entendre el món on vivim, sinó que també han de ser conscients dels efectes que poden tenir els seus missatges al quotidià de les comunitats musulmanes. Per exemple, moltes de les noies entrevistades van explicar que es senten especialment incòmodes als espais públics de les seves ciutats els dies en que l'actualitat informativa es centra erròniament en reforçar l'imaginari que vincula terrorisme i islam com si es tractessin de sinònims.

E9: *“Estudiar, que busquen que se informen, que usen las palabras adecuadamente, que dejen de infundir miedo, que dejen de utilizar, eh, a la población musulmana presente en Europa sobre todo, para justificar todo lo que está sucediendo. Porque esto (...), tiene incidencia directa sobre el ejercicio de nuestros derechos fundamentales, como por ejemplo, el ejercicio fundamental de practicar tu fe”*

E11: *“Es como un bombardeo y te sientes el centro del mundo, porque como que todo el mundo está hablando. Y al principio la reacción es tristeza por esa gente que ha muerto-porque a mi me parece una aberración, y por otra parte, dices 'buah, todo está focalizado en', porque aunque no esté relacionado directamente contigo como persona, pero sabes que hay un foco en tu religión y de forma indirecta te va a afectar a ti. Entonces los primeros momentos es sentirse como bombardeado de información, de acusaciones, que ya te digo que aunque no sean directas, las sientes como a ti mismo, porque estamos hablando de tu religión.”*

E15: *“De cuando pasa algo, que claro, nosotras pagamos lo que pasa. Por ejemplo, la última de lo que pasó en... (duda) ¿Francia? No, en Bélgica. Yo estaba viniendo de mi trabajo, en Terrassa, vino un hombre a mi cara a gritar '¡Fuera de nuestro país! ¡Fuera! ”*

No obstant, malgrat aquest malestar, algunes de les entrevistades se senten amb l'obligació de saber el que expliquen els mitjans, ja que no poden quedar-se al marge. Han de saber quin contingut arriba als seus fills i filles, per a poder-los-hi explicar la seva versió. Han de tenir aquesta informació, per a poder estar preparades quan es veuen amb la necessitat de comentar-ho amb els seus veïns i veïnes.

E12: *“cuando un día (la televisión) habla cosas malas, mía (yo) no... mía (yo) triste, sabes, siempre triste yo cuando hablan del Marruecos, Marroco, malo, sabes. Si tuviera a un periodista o un directivo de medios, le recomendaría que se acercara a mi realidad e incluso llegaría a pelearme con ellos porque siempre (ríe) tergiversan, la realidad”.*

La mostra consultada té una notable capacitat crítica sobre la manera de fer dels mitjans de comunicació, i això ens ha permès extreure idees molt interessants, recollides aquí en forma de decàleg. Tots els punts serveixen per anar construint un discurs inclusiu, tenint en compte una realitat molt concreta: l'islam a occident.

Decàleg

1. Evitar la continua associació entre islam i violència, especialment en relació amb el terrorisme

La percepció de les dones entrevistades indica que la major part de les notícies sobre l'islam tenen a veure amb comportaments violents (atemptats, execucions,...) i que, en termes generals, es parla de la comunitat musulmana com si fos un grup homogeni. L'imaginari resultant apunta a que tot musulmà és un terrorista o té moltes possibilitats d'esdevenir-ho i, a més a més, quan es difonen imatges que mostren batudes a l'interior d'habitatges o a la porta d'edificis a carrers fàcilment identificables consideren que el que es fa és incidir en la idea d'una amenaça imminent.

Com a solució de cara a un correcte tractament periodístic, les entrevistades indiquen que:

a) Només cal indicar que una persona és musulmana en cas que això sigui un element informatiu important

E8: *“Y últimamente terroristas, barba, me entiendes, musulmán. Siempre, musulmán, terrorista, porque cuando ya, ¿es la psicología no? Cuando quieres llamar la atención sobre una cosa en concreto, primero la saltas ¿no? Y la gente se queda ahí, parada, no ven, eh... que sea un desequilibrado mental o enfermo mental o inculto, no lo ven esto. Musulmán y... a veces, los medios juegan con este... hablo como yo, mi propia experiencia, y la gente te tienen miedo por eso”*

- b) En cas que sigui necessari indicar la religió de la persona que es vincula amb una acció violenta, s'ha d'indicar explícitament que això no és un comportament respectuós amb l'islam. S'ha d'entendre perfectament que aquesta persona no segueix la seva creença i s'ha d'explicar molt bé tot allò que pot ajudar a comprendre per què ha pogut actuar d'aquesta manera**

E24: *“O sea, la información que dan, es como si desconocieran perfectamente la religión, a veces no saben diferenciar, lo que es la religión de los actos que llevan ciertas personas. O nombran por ejemplo un conjunto de personas, las nombran por ejemplo en nombre de la religión, cuando esas personas no están haciendo, conforme a esa religión y yo creo que ese tipo de información que dan, afecta mucho la sociedad, porque hay gente que ve, o sea, cree y ve lo que hay en las noticias y quieras o no, pues de ahí también, es una manera también de educar...”*

- c) Considerar que els musulmans i musulmanes també són víctimes d'aquestes actuacions.** De fet, en la entrevista 9 es va perfilar la comunitat musulmana com a doble víctima

E9: *“O sea, creo que la manipulación, la tergiversación, las informaciones tan reduccionistas, no, tan, de hecho, infundamentadas, que no tienen ninguna clase de fundamento, o sea, las generalizaciones que hacen, eso es tremendo, o sea, como eso nos afecta en nuestra vida diaria a los musulmanes, porque ellos son, digamos, los que portan esa información al ciudadano de a pie. Por las calles y le transmiten, no, vinculan y sufren el Islam o el terrorismo, esas acciones bélicas que se están llevando a cabo en diferentes puntos del medio oriente y que los musulmanes, de hecho son las principales víctimas y luego pasan a ser otra vez las mismas víctimas (rie) no, de cuando se busca un chivo expiatorio para justificar esas atrocidades en las que están colaborando activamente todos los gobiernos occidentales”.*

2. Evitar tractar la comunitat musulmana únicament en relació amb la seva pràctica religiosa

L'anàlisi transversal de totes les entrevistes ens mostra que gairebé tots els comentaris i crítiques fets sobre el tractament periodístic fan referència a notícies que parlen de religió. Després dels continguts que relacionen islam-terrorisme, apareix el bloc temàtic que parla de la seva pràctica religiosa a Occident. En termes generals, dominen els conflictes i problemes (l'ús del hijab, la construcció de mesquites, la necessitat d'ajustar l'horari laboral/

escolar a les oracions diàries,...) i, puntualment, sobretot a l'època del Ramadà, sembla que és més fàcil trobar alguna notícia més oberta i optimista. Per tant, d'aquest estudi es desprèn la necessitat de què aquesta ciutadania també pugui formar part del discurs d'altres temàtiques.

3. Incrementar la preparació dels continguts: cal major documentació i contrastar fonts d'informació

Que els mitjans parlen des del desconeixement i des de la desinformació ha estat una queixa habitual entre les entrevistades, a més de la preocupació per l'efecte que acaba tenint la repetició continuada d'aquests tipus de discursos a molts mitjans. En aquest sentit, la solució que proposen és obvia, una major documentació prèvia per part dels i de les professionals de la comunicació. Ara bé, la mostra consultada adverteix també que a internet hi ha molta "informació tòxica", la identificació de la qual només és possible per una persona entesa.

4. Introduir elements explicatius i contextuals als missatges, evitant l'homogeneïtzació

En termes generals, les opinions de les entrevistades apunten a una percepció de la informació sobre les comunitats musulmanes bastant reduccionista. Sempre es generalitza massa. En aquest sentit, les entrevistades demanen clarament que sempre es distingeixi si s'està parlant o no del món àrab. Com a exemples puntuals, les dones que han participat a aquest estudi apunten la confusió entre "món àrab" i "món musulmà" o l'habitual ús de "marroquí" i "musulmà" com si es tractessin de sinònims.

5. Donar veu directa a la comunitat musulmana immigrada a Catalunya

La necessitat d'una major presència de la comunitat musulmana als mitjans és evident. D'alguna manera, els mitjans han d'entendre que s'ha de "parlar amb" i no "sobre". L'exigència de que la comunitat és la primera que ha de respondre i manifestar-se en contra dels atacs terroristes resulta contradictòria amb el fet de no deixar-les un espai als mitjans. De totes maneres, una de les entrevistades va comentar que s'ha d'escollir molt bé a aquestes persones.

Han de ser persones que es puguin expressar fàcilment i que sapiguin donar una bona imatge de la comunitat, atès que en cas contrari s'aconsegueix l'efecte contrari al desitjat.

6. Tenir cura amb l'ús del vocabulari, evitant estigmatització

Altra constant entre les entrevistades és la necessitat de tenir major cura en relació amb el vocabulari que es fa servir, quan aquest pot reforçar estereotips i/o confondre generant malentesos. La crítica a l'ús de l'expressió "Estat islàmic" va ser recurrent i l'expressió "Guerra Santa" també genera moltes controvèrsies.

Alguna de les entrevistades va destacar la falta de coherència d'alguns mitjans. Es detecta que, a vegades, quan es fa un ús correcte, aquest és merament puntual, com si realment no fos el resultat d'una estratègia de l'empresa responsable de la seva difusió.

7. Ampliar la informació sobre les relacions polítiques entre Catalunya/Espanya i els principals països emissors d'immigració musulmana

La presència informativa de les pasteres i les argumentacions que giren al voltant de les màfies relacionades amb el tràfic de persones s'hauria de reduir. Davant l'excessiu temps dedicat a aquestes qüestions i el conseqüent abús d'una visió carregada de dramatisme, algunes entrevistades criden l'atenció sobre la falta d'informació al voltant dels acords i negociacions entre Catalunya/Espanya i els països emissors. D'alguna manera, les respostes de les dones consultades donen a entendre que això ajudaria a naturalitzar el fenomen migratori.

8. Les persones convidades pels mitjans de comunicació a parlar sobre l'islam haurien de ser veritables expertes

La falta de rigor a l'hora d'escollir convidats i tertulians també ha estat esmentada per gran part de la mostra. A les dones entrevistades els hi molesta comprovar com determinades persones (i personatges televisius) no tenen cap pudor a l'hora de ficar "etiquetes" racistes sobre el col·lectiu musulmà. D'alguna manera, demanen una major rigidesa a l'hora de contractar o convidar les persones que parlen sobre l'Islam.

9. Major control del “discurs de l’odi” a Internet

Critiquen la facilitat amb la que circula contingut racista i islamòfob a la xarxa, a través de canals com *Youtube* o amb la creació de vídeos virals.

Moltes de les entrevistes comenten haver vist comentaris racistes als espais a on la premsa digital dóna cabuda a la participació. La seva reacció és no fer cas i, a la majoria d’ocasions, tampoc no hi responen. Tenint en compte l’objectiu d’aquesta guia, és evident que cal mencionar la responsabilitat dels *community managers* –gestors de les xarxes sociodigitals dels mitjans- a l’hora de controlar aquest tipus de contingut. No hauria d’estar permès.

10. Cal treballar des de la ficció per a l’eliminació dels estereotips

Tot i que gran part dels comentaris fan referència al tractament periodístic, no podem deixar de parlar de la ficció, un dels gèneres audiovisuals amb més audiència a l’actualitat. I ho fem perquè diverses entrevistades van comentar la sèrie *El Príncipe* (TeleCinco). En concret, van mostrar la seva incomoditat pel tractament del col·lectiu musulmà als seus guions, amb abundància de tòpics i estereotips.

E21: *“Entonces, pues nos decía la profesora ‘mirar de todo, aunque no les guste, mirar, y mirar los pequeños detalles significan mucho’ No sé, me acuerdo de cómo... en un capítulo de “El Príncipe” eran, las niñas que estaban secuestradas, todas de negro, cuando eran salvadas por los europeos blancos, los policías... emmm... solamente salir de la puerta de la casa donde estaban secuestradas, se quitaban todas el velo, entonces, era, lo que yo vi... a lo mejor no era así ¿eh?.. Pero lo que yo vi era ‘ahora somos libres’ ‘Nos han liberado’, ‘Tú, blanco, me has liberado a mí, y gracias a ti, ahora puedo quitarme el velo, y salir’. Entiendo que a unas niñas de... no sé qué edad tenían, 12 o 13 años, que se pusieran el velo, no sé. Pero el símbolo ¿no? ‘como somos libres, nos lo quitamos’.”*